

COMERCIO ELECTRÓNICO Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Por la Dra. VIRGINIA VEGA CLEMENTE
Doctora en Derecho. Abogada

Resumen

El comercio electrónico se configura como una actividad global. Las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo de la información y las comunicaciones y han propiciado la existencia de un mercado abierto y global. La contratación electrónica permite realizar contratos relativos a la prestación de bienes y servicios con ventajas evidentes: mayor competitividad, reducción de costes y mayor celeridad en las relaciones comerciales. Junto a estas ventajas, hemos de señalar que el nuevo sistema contractual plantea problemas que afectan a la protección de los derechos de los consumidores.

Abstract

E-commerce is a global activity and it is quite likely that the contracting parties will be in different countries. The new technologies have revolutionized the world of information and communication so they have led to the existence of an open and global market. E-procurement allows contracts for the provision of goods and services with clear advantages: increased competitiveness, cost reduction and faster trade relationships. Along with these advantages, we note that the new system raises contractual issues affecting the protection of consumer rights.

SUMARIO

- I. CUESTIONES INTRODUCTORIAS
- II. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y GLOBALIZACIÓN
- III. COMERCIO ELECTRÓNICO Y ECONOMÍA MODERNA
- IV. IMPACTO DE LA ECONOMÍA ELECTRÓNICA EN LAS EMPRESAS EURO-
PEAS

I. CUESTIONES INTRODUCTORIAS

Es innegable el impacto que ha producido la revolución tecnológica en todos los campos de la actividad humana desde mediados del siglo pasado. A la par, los desarrollos producidos en los campos científico y económico, así como los procesos de liberación de los mercados y globalización de la economía, originan nuevos usos empresariales y sociales¹. Los nuevos hábitos se vieron implementados por el desarrollo vertiginoso de los medios de comunicación, originándose situaciones que no se habían previsto legalmente². La información cumple un papel fundamental en este contexto, ya que se convierte en una necesidad del hombre, en la medida en que la información constituye uno de los principales derechos fundamentales de la persona³. Sin embargo, la progresiva implantación de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos sociales pone de relieve el nacimiento de nuevos problemas y conflictos que van a exigir el establecimiento de mecanismos de protección y la regulación normativa en los campos jurídicos y económicos emergentes⁴.

El empleo de las nuevas tecnologías supone una influencia decisiva en la configuración actual del marco de las actividades económicas de carácter empresarial y profesional, lo que constituye el actual abanico de posibilidades y prestaciones ofrecido por el empleo de las nuevas tecnologías de la información⁵. El espectacular desarrollo registrado en los últimos tiempos en el ámbito de

¹ Sobre la evolución en la vertiente financiera y empresarial, en lo que representa los cambios que provocan nuevos hábitos sociales y revoluciones económicas, puede verse M. MILLER, *Financial Innovation and Market Volatility*, Oxford, Ed. Basil Blackwells, 1991, págs. 10 y ss.

² «Le progrès des nouvelles technologies de l'information et de la communication lancent aux juristas et aux hommes politiques un défi inédit», cfr. R. FORNI, «Message», en G. Chantillon (dir.), *Le droit international de l'Internet*, Bruxelles, Ed. Bruylant, 2003, pág. 5.

³ Como dice P. MUNAR BERNAT, «Protección de los datos en el comercio electrónico», en G. A. Botana (coord.), *Comercio Electrónico y Protección de los Consumidores*, Madrid, Ed. La Ley, 2001, pág. 275: «Los avances en las nuevas tecnologías informáticas y las telecomunicaciones han hecho posible la sociedad de la información, uno de cuyos pilares reside en la posibilidad, a través de la digitalización, de almacenar gran cantidad de datos y su desplazamiento en un mínimo de tiempo».

⁴ Uno de los campos en los que surgen nuevas necesidades de regulación jurídica será la contratación electrónica y la protección del derecho a la intimidad, a través de la tutela de los datos de carácter personal, como ha sido puesto de relieve por J. FRAYSSINET, «La protection des données personnelles est-elle assurée sur l'internet?», en G. Chantillon (dir.), *Le droit international de l'internet*, Bruxelles, Ed. Bruylant, 2002, págs. 435 y ss.

⁵ Cfr. V. DRUMMOND, *Internet, Privacidad y Datos Personales* (traducción de I. Espín Alba), Madrid, Ed. Reus, 2004, págs. 14 y ss.

las denominadas redes informáticas ha tenido como una de sus consecuencias fundamentales la proliferación del comercio electrónico, pasando así a ocupar un lugar destacado el estudio de las cuestiones relativas al mismo.

La disponibilidad de esas redes informáticas ha implicado la aparición de cambios sustanciales en el ámbito de las relaciones económicas, concretándose en cuestiones tan relevantes como la posibilidad de la contratación electrónica, caracterizada por efectuarse a través de dispositivos electrónicos e informáticos independientemente de su ubicación, que permite incluso la contratación en tiempo real (*on line*), y con una representación peculiar, digna de análisis. En la actualidad, esas redes informáticas se han diversificado en gran manera, pudiendo emplearse bajo la modalidad de redes abiertas (como es el caso de Internet) o bien cerradas (a las que sólo tienen acceso los usuarios autorizados por las empresas de telecomunicación)⁶.

A lo largo de la historia hemos podido comprobar cómo la evolución tecnológica y las transformaciones que han acompañado a las distintas revoluciones han supuesto importantes cambios en distintos sectores sociales, políticos, económicos, jurídicos o culturales. Hoy en día asistimos a la llamada Revolución Tecnológica en el seno de la Sociedad de la Información, provocada por las Nuevas Tecnologías y lideradas por Internet. Esta revolución tecnológica ha provocado importantes cambios en el mundo jurídico.

Durante ese período se evidencia la aceleración del proceso de globalización con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información vinculadas a la revolución de las telecomunicaciones. Por ello no puede hablarse de la Sociedad de la Información sin el fenómeno de Internet, donde la información es precisamente el bien más cotizado. Se produce un gran cambio social, cultural, tecnológico y legal. La expresión de las tecnologías de la información y comunicación facilitan el desarrollo de las grandes redes mundiales por las que se vehiculan todos los datos.

Esa nueva sociedad, denominada «Sociedad de la Información», es ya una entidad autónoma reconocida en el ámbito internacional como una organización social virtual generada por las innovaciones de la informática y la comunicación en la convergencia de ambas tecnologías. Precisamente, la *Sociedad de la Información* es una nueva etapa de la evolución humana, en la cual la vida está regida por el desarrollo tecnológico; una sociedad en donde se constatan cambios que hacen obsoletas las innovaciones del día anterior.

⁶ No debemos olvidar el espacio económico y contractual que colma el comercio electrónico cerrado cuya contratación se produce a través de redes cerradas, como es el caso de la red E.D.I. (*Electronic Data Interchange*), regulado por el Modelo Europeo de Acuerdo E.D.I., objeto inicialmente de la Recomendación de la Comisión Europea de 19 de octubre de 1994. Sobre la importancia de este tipo de mercados, es interesante la obra de T. RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL, *El régimen jurídico de los mercados electrónicos cerrados (e-Marketplaces)*, Madrid, Editorial Reus, 2006, págs. 25 y ss.

II. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y GLOBALIZACIÓN

La inmediatez del cambio, sin embargo, impide reflexionar con la objetividad y el distanciamiento necesarios de toda investigación sobre las consecuencias de la convergencia de tecnologías entendida como la unificación de las telecomunicaciones y la informática para generar nuevos medios de comunicación donde la información ha surgido como materia prima y producto principal.

En la práctica, las empresas están comenzando a usar las redes telemáticas como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos. La incorporación progresiva de nuevas tecnologías de la información y comunicaciones, tanto en las grandes y pequeñas empresas como en el ámbito doméstico, ha iniciado una nueva etapa en la historia de las actividades mercantiles, caracterizada por el desarrollo de los negocios electrónicos y el comercio electrónico. Todo indica que estas nuevas tecnologías, aunque han facilitado el incremento cuantitativo de relaciones comerciales y han maximizado la eficiencia en las transacciones, aún no han logrado minimizar ciertos riesgos derivados de las mismas⁷.

Las tecnologías han ejercido un gran impacto en el mundo de los negocios y, específicamente, el uso de Internet ha permitido el vertiginoso desarrollo del comercio electrónico. Éste constituye la nueva herramienta por la que grandes corporaciones, entidades bancarias e, incluso, medianas y pequeñas empresas hacen sentir su presencia en este mundo globalizado.

El comercio electrónico, impulsado por la revolución de Internet, se expande aceleradamente y experimenta cambios radicales. Por sus características propias, Internet y el comercio electrónico se revelan como la innovación más prometedora de la globalización tecnológica, económica y cultural entre la que el Estado no puede permanecer ajeno; todo ello, sin perjuicio de que las teorías de libre mercado estipulen que éste debe retrotraerse para permitir que sea el mercado quien controle el crecimiento, el empleo y la distribución del ingreso. Sin embargo, es un hecho confirmado que éste no es capaz de solucionarlo todo, por lo que el Estado debe proteger a sus ciudadanos y a sus intereses. Su intervención es de primordial importancia ya que se prevé que la influencia de la presente revolución tecnológica –a la que Internet y el comercio electrónico pertenecen– tenga la misma trascendencia de las bifurcaciones neolítica e industrial.

⁷ Uno de ellos referido fundamentalmente a la protección de datos de carácter personal y la salvaguarda de la intimidad. Este necesario intercambio de datos en el proceso de construcción de la sociedad de la información hace posible que las nuevas tecnologías sean un factor que facilite la violación de derechos personales de los individuos. Por ello, G. GORASANITI en *Esperienza giuridica e sicurezza informatica*, Milano, Giuffrè editore, 2003, págs. 28 y ss., 73 y ss., trata el problema de la epistemología jurídica de la seguridad jurídica afirmando que el reconocimiento de la vulnerabilidad es un factor de seguridad jurídica.

La globalización es el surgimiento de procesos y sistemas de relaciones sociales no fundados en el sistema de estado-nación⁸, y se caracteriza por tener un gran poder homogeneizador, cuya fuente de energía son principalmente las invenciones tecnológicas. De modo particular, los adelantos tecnológicos de finales del siglo XIX dieron pie a nuevas formas de producción, que a su vez ayudaron a que la globalización profundizara su forma más primitiva: la económica. A partir de la segunda mitad del siglo pasado, la globalización empezó a tomar más fuerza debido al desarrollo, difusión y mejoramiento de los medios de comunicación. El continuo incremento de la cantidad y velocidad de la transmisión de información a escala mundial, aunada a la mundialización económica, produjeron nuevas formas de producción, finanzas y consumo. Las barreras culturales se hacen cada vez más difusas a la vez que se homogeneizan. El fenómeno del comercio electrónico ha concitado la atención en el ámbito mundial no sólo de empresarios e inversionistas que han visto en esta nueva forma de hacer negocios un medio novedoso y alternativo para procurarse miles de dólares, sino también en los Estados, organizaciones internacionales y profesionales independientes de diversas áreas, quienes, desde hace varios años, se han venido reuniendo en conferencias y foros internacionales con la finalidad de dar respuestas a las diversas interrogantes de orden jurídico que se plantean respecto del comercio electrónico y sus relaciones con la contratación, la propiedad intelectual y la tributación, principalmente, adoptando posicionamientos y recomendaciones de orden internacional.

No obstante, lo más significativo de esta revolución está aún por llegar. La tendencia en la evolución de las tecnologías apunta siempre hacia un mismo camino, el marcado por la integración de sectores diferentes tradicionalmente separados, como el relativo a las telecomunicaciones o a los medios audiovisuales, en un proceso que se conoce como convergencia tecnológica. El reto para la regulación de este fenómeno es aún mayor, dada la confluencia de diferentes legislaciones sectoriales en ocasiones contradictorias entre sí. Para solucionar este problema, tanto el legislador español como el comunitario proyectan la futura normativa atendiendo al principio de neutralidad tecnológica, conforme al cual la aplicabilidad de la norma no queda condicionada por el medio tecnológico empleado (Internet, telefonía,...), por lo que las diferentes normativas sectoriales en función del medio o soporte tecnológico tienden a desaparecer o a fundirse en un único cuerpo legal.

Estamos ante un sector extremadamente dinámico y en permanente evolución, donde las posibilidades de obsolescencia normativa son mayores que en cualquier otro. Adaptarse a los cambios previendo soluciones a estos problemas de regulación es uno de los objetivos que inspiran la nueva regulación.

En la práctica, la sociedad de la información ha variado el ámbito de acción del Derecho, precisamente en virtud de la convergencia de las nuevas tecnologías.

⁸ L. SKLAIR, «Competing conceptions of Globalization», *Journal of the World Systems Research*, University of Colorado, 1999, págs. 145 y 146. <<http://csf.colorado.edu/jwsr>>.

El reto, por tanto, es ajustar la doctrina jurídica a esa nueva sociedad de la información y generar un derecho dinámico acorde con los tiempos en los que nos corresponde vivir; sin olvidar los logros conseguidos hasta la fecha.

III. COMERCIO ELECTRÓNICO Y ECONOMÍA MODERNA

La tecnología ha sido desde siempre una herramienta indispensable para el avance de la humanidad. En la economía moderna, el factor tecnológico es quien propicia el cambio y la reducción de costes más significativa. Aunque las primeras iniciativas referentes a la utilización de Internet surgieron a finales de la década de los 60 del pasado siglo, ha sido en las décadas siguientes cuando se ha desarrollado con fuerza su utilización como un claro mecanismo alternativo para la comercialización de productos⁹ y, por tanto, como una vía opcional para la realización de muchas actividades económicas¹⁰.

A través de las redes telemáticas se pueden realizar infinidad de operaciones. Entre ellas, las transacciones comerciales, dando origen a lo que se denomina hoy en día «comercio electrónico», el cual se ha ido desarrollando intensamente gracias a las nuevas corrientes innovadoras¹¹. Si se tiene que buscar algún motivo que explique el crecimiento del mismo en los últimos años, no se podría encontrar un único factor que justifique el fenómeno ya que, en realidad, han sido un conjunto de ellos los que han fomentado este desarrollo. Entonces, es posible deducir que el crecimiento del comercio electrónico no es un fenómeno aislado, sino que, en realidad, se produce como consecuencia, por lo menos, de la conjunción de tres aspectos fundamentales: cambios tecnológicos, cambios en la mentalidad de la sociedad y determinado comportamiento favorable por parte de legisladores y políticos.

Son ya notables los cambios que se han producido en el nuevo milenio. Es por ello que vender a través de la red se ha convertido en la línea de negocios que las grandes y medianas empresas están siguiendo rápidamente y que representa una gran oportunidad para las pequeñas empresas, aun cuando no ha resultado sencillo convencer a muchos que el comercio electrónico sea seguro e incluso más económico que hacerlo en la forma tradicional. Sin embargo, se debe destacar que las ventas a través de Internet deben hacerse como un canal alternativo y no como la única vía, ya que de esta manera se continuarían aprove-

⁹ Este desarrollo tecnológico, por sofisticación, desemboca en la empresa virtual. E. Tosi, «Dall'e-commerce all'e-business: la New Economy», en E. Tosi (coord.), *I problema giuridici di Internet*, 3.ª ed., Milano, Giuffrè Editore, 2003, pág. 5.

¹⁰ K. E. REQUENA M. y otros, «El comercio electrónico en Venezuela», *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, n.º 57, marzo 2006.

¹¹ «El comercio electrónico es una consecuencia más del denominado fenómeno de globalización que se produce por la interacción en el uso de las tecnologías de la información y la apertura de mercados como posibilidad real de las empresas» (vid. M. A. MORENO NAVARRETE, *Derecho-e. Derecho del Comercio Electrónico*, Madrid, Ed. Marcial Pons, 2002, pág. 10).

chando las experiencias de las empresas en su forma tradicional de ventas más el apoyo que ahora puedan tener a través de la red.

Internet es una herramienta de trabajo realmente útil para mejorar distintos aspectos del mercado, como el márketing, la organización empresarial o la contratación con una rica variedad de sujetos. Concebir Internet como un instrumento de gran utilidad para el mercado permite un mayor desarrollo y vigorización de la red¹².

La llegada del mercado a Internet tiene lugar como consecuencia de la propia evolución de los acontecimientos derivados de la revolución tecnológica; pero, por otra parte, ha recibido un importante impulso de las instituciones nacionales y supranacionales, sobre todo en el ámbito del primer mundo. Respecto a este segundo aspecto de carácter netamente político, la participación directa de los agentes institucionales en el fenómeno Internet se traduce en un fomento de tales actividades básicamente desde tres planos.

Uno, el liberalizador, articulado sobre el rechazo expreso de los monopolios y el fomento de la iniciativa privada para que se haga cargo de la financiación del «nuevo negocio». En un segundo plano, la actividad institucional se dirige a abaratar los costes de las nuevas tecnologías a los usuarios, cuando tales costes pueden ser intervenidos directamente por las administraciones. Finalmente podría señalarse una tercera vertiente de la intervención, de carácter normativa, dirigida directamente a tratar de regular aquellas cuestiones que, mediante las anteriores medidas, quedarían desasistidas, como por ejemplo la referencia obligada a la tutela de consumidores y usuarios¹³.

Entre las razones que avalan el éxito global de Internet se encuentra su utilidad comercial, a los efectos de captar una hipotética clientela mediante la transmisión de la pertinente publicidad e información; pues permite el contacto directo y abierto entre los productores y los consumidores, sin necesidad de intermediarios que encarecían el precio del producto o servicio ofertado, con lo que en teoría salen beneficiadas ambas partes contractuales¹⁴.

Hoy podemos afirmar con rotundidad que el comercio electrónico está cambiando las relaciones comerciales. Las posibilidades que ofrece a los usuarios son enormes, incalculables e inimaginables. El hecho de poder comprar sin horarios, a precios más bajos y con mayores facilidades de comparación entre distintas ofertas es hoy una realidad. También cabe destacar el comercio elec-

¹² Según G. CASSANO, en «Gli aspetti sociali dell'e-commerce», en VV.AA., a cura di G. Cassano, *Il commercio via Internet. Aspetti giuridici, fiscali, tributari, comunitari, sociali, filosofici, normativi*, Piacenza, La Tribuna, 2002, págs. 83 y ss.

¹³ En este sentido, M. PACÍFICO, «La firma digitale in prospettiva europea», *Europa e Diritto privato*, Roma, 1998, págs. 1189 y ss.

¹⁴ J. C. MENÉNDEZ MATO, *El Contrato vía Internet*, Barcelona, J. M. Bosch Editor, 2005, págs. 47 y ss.

trónico a través de teléfono móvil (denominado *M-Commerce*¹⁵) (ya es posible a través de la tecnología *wap*¹⁶, pero su despegue definitivo se produce tras la entrada en funcionamiento de la U.M.T.S.¹⁷, que dota de mayor agilidad la transmisión de datos a través de la red), ya que al no necesitar un terminal fijo (ordenador o televisor), las ventajas se incrementan al ser posible la transacción independientemente del lugar donde se encuentre el usuario, tecnologías que siguen en constante evolución.

Para las empresas también está reportando ventajas esta forma de negocio, en cuanto al ahorro de costes al necesitar menos personal, ahorro que repercute en el usuario con una bajada de precios. Igualmente mejora su modelo de negocio, mercado y ofrece nuevas fórmulas de atención al cliente¹⁸.

Las nuevas tecnologías de la información (N.T.I.) o tecnologías de la información y las comunicaciones (T.I.C.) conforman, hoy por hoy, una fuente esencial de nuevas figuras contractuales. La denominada «nueva economía» constituida por nuevas relaciones comerciales fomentadas por el acceso a las redes conforma vínculos contractuales nuevos. Estas nuevas formas contractuales toman el nombre de contratos del comercio electrónico o e-contratos. Tales contratos tienen un carácter singular que los hace, dentro de su economía, originales en sus objetivos¹⁹.

El Derecho no puede permanecer ajeno al cambio tecnológico, éste debe ser capaz de crear mecanismos necesarios para regular adecuadamente las actuales relaciones surgidas del uso de las nuevas tecnologías de la información. Preocupa, como ha quedado planteado, ante la irrupción de la informática en la sociedad y su influencia sobre las relaciones jurídicas, la necesaria elaboración de respuestas adecuadas desde el ámbito del derecho a tal impacto, el cual produce, sin duda, una importante transformación en el conjunto del orden jurídico tradicional, y que convoca a los estudiosos del derecho a la construcción de normas y principios teóricos que respondan a las necesidades reales dirigiéndose hacia la concentración en un mismo sistema de disposiciones y regulaciones dispersas que las necesidades de nuestro tiempo imponen. A una observación correcta de los inéditos fenómenos surgidos por este uso

¹⁵ El M-commerce (*mobile commerce*, por su siglas en inglés) es la compra y venta de productos y servicios a través de dispositivos de mano conectados en forma inalámbrica como teléfonos móviles y asistentes digitales personales (P.D.A.'s).

¹⁶ W.A.P. es el acrónimo de *Wireless Application Protocol*, que podríamos traducir como Protocolo de Aplicación Inalámbrico. La tecnología W.A.P. es realmente un estándar impulsado por la industria del sector de las telecomunicaciones con el objetivo de proporcionar un sistema avanzado de servicios de Internet para dispositivos móviles.

¹⁷ Sistema Universal de Telecomunicaciones móviles (*Universal Mobile Telecommunications System*) es una de las tecnologías usadas por los móviles de tercera generación (3G, también llamado W.C.D.M.A.).

¹⁸ F. R. GONZÁLEZ-CALERO MANZANARES, *Aspectos jurídicos del comercio electrónico, en especial la protección de datos, la firma electrónica y la propiedad intelectual*, Ciudad Real, 2002.

¹⁹ M. VIVANT, *Les contrats du commerce électronique*, Francia, Editions Litec, 1999, pág. 3.

están obligados nuestros legisladores para que sean reconocidos mediante una legislación clara y útil.

IV. IMPACTO DE LA ECONOMÍA ELECTRÓNICA EN LAS EMPRESAS EUROPEAS

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (T.I.C.) afectan profundamente al potencial de crecimiento económico, ya que se han convertido en una de las principales fuentes de competitividad y de aumento de los ingresos, circunstancia que les ha llevado a convertirse en centro del debate político.

Por lo general se acepta que, desde una perspectiva macroeconómica, la creciente utilización de las T.I.C. aporta una mayor productividad y aumenta, así, la competitividad de las empresas y de la economía en su conjunto. El aumento de productividad inducido por las T.I.C. también es una fuente de creación de empleo, aunque es cierto que ello puede hacer desaparecer otros tipos de puestos de trabajo: efectivamente, la utilización de las T.I.C. acaba con los trabajos repetitivos efectuados a menudo por obreros poco cualificados, pero esta situación se reequilibra porque el dinamismo global resultante de la utilización de las T.I.C. provoca la creación de empleo en otros ámbitos, hasta compensar, así, las pérdidas con creces. En este contexto, el ajuste de las competencias es un reto para la concepción y la gestión del mercado laboral. La brecha en cualificaciones en T.I.C. es un gran riesgo para el crecimiento en Europa, a causa de las tendencias al descenso demográfico y al nivel decreciente de interés de los jóvenes europeos por la formación científica.

Desde una perspectiva microeconómica, la economía electrónica está cambiando las estructuras organizativas y comerciales. El ritmo acelerado del cambio tecnológico causa un gran impacto sobre la estructura y el ciclo vital de las empresas. En primer lugar, las T.I.C. reducen las consecuencias económicas de la distancia y los costes de acceso a la información, lo cual aumenta las posibilidades de competencia en los mercados. En segundo lugar, las nuevas tecnologías tienden a menudo a disminuir el coste de creación de pequeñas empresas, lo que puede dar lugar a una competencia adicional. En tercer lugar, permiten que la entrega de productos y la prestación de servicios se realicen con nuevos medios cooperativos, lo cual puede aumentar la calidad y la rentabilidad. Finalmente, y tal vez lo más importante, las T.I.C. hacen surgir muchos productos y servicios nuevos.

El proceso de creación de nuevas empresas y de adaptación o sustitución de las tradicionales refleja la forma en que la economía se adapta a las nuevas condiciones del mercado. Ese proceso se ha acelerado considerablemente desde el final de los noventa. Las empresas dedicadas a Internet empiezan a adquirir las características de las tradicionales, como los almacenes y las cadenas de tiendas. A la inversa, minoristas tradicionales comienzan a poner en línea parte de sus actividades, creando nuevos canales de distribución y nuevas estrategias de abastecimiento.

No obstante, el impacto de las T.I.C. varía de un sector a otro. Sectores ricos en información (productos digitales, servicios de información, servicios financieros y empresariales, etc.) confirman la aparición de nuevos modelos empresariales y de una competencia creciente en el mercado. Es probable que el impacto sea más paulatino en industrias con mayores barreras de entrada, como la construcción y la industria pesada. Las interacciones digitales entre administraciones y empresas son una parte importante de la economía electrónica. Al ofrecer acceso en línea a los servicios públicos, las administraciones pueden añadir incentivos concretos y directos para que las propias empresas se digitalicen.

Una característica de la economía electrónica es la aparición de nuevos modelos de empresa. Un gran número de éstos han fracasado, así como muchas «puntocom», pero otros, sobre todo en el sector de negocios entre profesionales (B2B²⁰), han demostrado su viabilidad. El paso de la economía electrónica a una fase más madura puede constituir una oportunidad, y no una desventaja, para las empresas de la U.E., al haber aprendido de los errores de los pioneros. Las empresas pueden recurrir a tecnologías ya ensayadas y probadas, así como a modelos viables de negocio. Se trata, en particular, del potencial, aún por explotar, de los negocios entre profesionales y consumidores (B2C²¹).

Las empresas de la economía electrónica necesitan cada vez más señalar y controlar los riesgos asociados a una configuración empresarial ampliada y dinámica. En ese sentido, el Banco Europeo de Inversiones con su iniciativa «Innovación 2000», y la Comisión en el marco del plan de acción para los servicios financieros y del programa plurianual en favor de la empresa y el espíritu empresarial (2001-2005), tomaron iniciativas para contribuir a suministrar capital de riesgo a las empresas innovadoras.

Los próximos pasos que se están dando para garantizar que se aprovechen al máximo los beneficios que la economía electrónica ofrece a las empresas europeas incluyen la estimulación de una cultura empresarial; el incremento de los niveles de formación en T.I.C. necesarios para participar eficazmente en la economía electrónica; el aumento de la capacidad de las empresas europeas para competir en una economía mundial moderna; la mejora del funcionamiento del mercado interior.

La formación sostiene el espíritu empresarial. Ambos aspectos se hallan estrechamente interrelacionados. El problema de la brecha en las cualificaciones (tanto de formación empresarial como de formación técnica sobre las T.I.C.) se ha abordado con varias iniciativas importantes, sobre todo en la Estrategia Europea de Empleo y el Plan de acción eLearning.

²⁰ B2B es la abreviatura comercial de la expresión anglosajona *business to business*: comercio electrónico entre empresas.

²¹ B2C es la abreviatura de la expresión *business to consumer* («empresas a consumidor»).

El esfuerzo de simplificación y de armonización efectuado hasta ahora a nivel europeo ha de proseguir para permitir el rápido desarrollo de empresas paneuropeas y el comercio leal en los entornos B2B y B2C. En cambio, hay que seguir revisando la legislación vigente sobre productos, en concreto, los requisitos y procedimientos de homologación para garantizar su neutralidad ante diferentes modos de distribuir productos y prestar servicios. Sin embargo, la legislación no puede resolver todos los problemas. La autorregulación puede, en este sentido, desempeñar un papel importante para instaurar la confianza de quienes participan en operaciones electrónicas. La administración pública debería esforzarse igualmente por aumentar la credibilidad de la autorregulación y garantizar el respeto de los códigos de conducta, haciéndolos accesibles y, en su caso, previendo soluciones jurídicas.

En Europa, la economía electrónica depende en gran medida de la participación plena de las P.Y.M.E. La iniciativa eEurope «Go Digital» ofrece una primera respuesta política a este desafío. Su objetivo es garantizar que las empresas europeas, y sobre todo las P.Y.M.E., se introduzcan plenamente en el comercio digital y se conviertan en agentes de la economía electrónica.

Los intercambios entre empresas y administraciones públicas constituyen un importante motor potencial de la economía electrónica.

La Comisión Europea propone un nuevo marco estratégico, para promover la economía digital abierta y competitiva y hacer hincapié en las T.I.C. en tanto que impulsoras de la inclusión y la calidad de vida. Apoyándose en un análisis completo de los retos asociados a la sociedad de la información y en una amplia consulta con las partes interesadas sobre iniciativas e instrumentos previos, la Comisión ha propuesto tres prioridades para las políticas europeas de sociedad de la información y medios de comunicación: la construcción de un Espacio Único Europeo de la Información que promueva un mercado interior abierto y competitivo para la sociedad de la información y los medios de comunicación; el refuerzo de la innovación y la inversión en la investigación sobre las T.I.C. con el fin de fomentar el crecimiento y la creación de más empleos y dé más de calidad; el logro de una sociedad europea de la información basada en la inclusión que fomenta el crecimiento y el empleo de una manera coherente con el desarrollo sostenible y que da la prioridad a la mejora de los servicios públicos y de la calidad de vida.

La sociedad de la información se encuentra en una encrucijada: tras los notables progresos tecnológicos conseguidos en los últimos tiempos, las T.I.C. entran en una fase de despliegue a gran escala que podría transformar radicalmente nuestra manera de trabajar, vivir e interactuar. Se dispone ahora de ricos contenidos multimedia en formatos nuevos y diversificados que pueden entregarse independientemente del lugar y el momento, adaptados a las preferencias o necesidades del ciudadano. En términos técnicos, las redes de comunicación, los medios audiovisuales, los contenidos, los servicios y los equipos están en plena convergencia digital. La mejora de las redes, asociada a las nuevas técnicas de

compresión, crea canales de distribución nuevos y más rápidos, y hace posibles nuevos formatos y servicios de contenidos (por ejemplo, voz sobre IP, televisión por la web, música en línea).

La creación de nuevos contenidos, servicios y modelos de negocios favorecerá el crecimiento y el empleo. No obstante, el impacto de la convergencia digital se dejará sentir en todo el mundo, lo que conducirá a un aumento de la competencia internacional. Si Europa quiere aprovechar al máximo su potencial económico, es necesario un enfoque político proactivo para estimular la evolución favorable de los mercados y la promoción de la sociedad del conocimiento, la protección del consumidor y una sociedad de la información europea a la vez sana y segura.

BIBLIOGRAFÍA

- ABASCAL ZAMORA, J. M., «Los principios sobre los contratos comerciales internacionales de U.N.I.D.R.O.I.T.», *Derecho de los Negocios*, n.º 81, 1997, págs. 1 ss.
- ACOSTA ESTÉVEZ, J. B., *La protección de los consumidores en la Comunidad Europea*, Barcelona, Ed. P.P.U., 1990.
- ADAM MUÑOZ, M. D., «Los contratos a distancia celebrados por los consumidores en el Derecho internacional privado comunitario», *Estudios sobre Consumo*, n.º 52/00, págs. 25 y ss.
- ALAMILLO, I. y BARQUÍN, D., «La firma electrónica y los Registros», *Revista de la Contratación Electrónica*, n.º 19, febrero 2000.
- ALEJANO, A. y PEÑALOSA, J. M., «Implicaciones del desarrollo del “dinero electrónico” para la actuación de los Bancos Centrales», *Banco de España/Boletín Económico*, marzo de 1998.
- ÁLVAREZ MORENO, M. T., *El desistimiento unilateral en los contratos con condiciones generales*, Madrid, Ed. Edersa, 2000.
- BADÍA, F., *Internet: situación actual y perspectivas*, Barcelona, La Caixa, 2002.
- BARCELÓ, J., *Comercio electrónico entre empresarios la formación y prueba del contrato electrónico (E.D.I.)*, Valencia, Ed. Tirant lo Blanch, 2000.
- BARRIUSO RUIZ, C., *La contratación electrónica*, 2.ª ed., Madrid, Ed. Dykinson, 2002.
- BARRÓN RUIZ, C., *La contratación electrónica*, Madrid, Ed. Dykinson, 1998.
- BONET NAVARRO, A., «Protección eficaz y acceso a la justicia de los consumidores», *E.C.*, n.º 16, 1989.
- BRAÑA PINO, C., *Europa y los consumidores*, Madrid, Ed. Fundación Universidad-Empresa, 1989.
- CALAVIA MOLINERO, J. M., «Aproximación a los aspectos jurídicos de la contratación electrónica», *C.M.*, Madrid, 2000.
- CALVO CARAVACA, A. L., «Artículo 1», en VV.AA., *La compraventa internacional de mercaderías (Comentario a la Convención de Viena)*, Madrid, Civitas, 1998.
- CLEMENTE MEORO, M. E., «Algunas consideraciones sobre la contratación electrónica», *Revista de Derecho Patrimonial*, n.º 4, 2000, págs. 59-86.
- , *Contratación y comercio electrónico*, Valencia, Ed. Tirant lo Blanch, 2003.

- ECHEVARRI SAEZ, A., *Comercio electrónico*, Madrid, Dijusa, 2001.
- ÉCIJA BERNAL, Á. y SAIZ PEÑA, C. A., *Contratos de Internet*, Madrid, Dijusa, 2002.
- ESCOBAR ESPINAR, M., *El comercio electrónico. Perspectiva presente y futura en España*, Madrid, 2000.
- FALLON, M., «Cross-border consumer Litigation: Individual Tort Issues in Europe», *Journal of Consumer Policy*, n.º 15, 1992, págs. 385-405.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R., *Contratación electrónica: la presentación del consentimiento en Internet*, Barcelona, J. M. Bosch Editor, 2001.
- FERNÁNDEZ PÉREZ, N., *Contratación electrónica de servicios financieros*, Madrid, Marcial Pons, 2003.
- FRIDMAN, G. H. L., *The Law of Contract In Canada*, Toronto/Calgary/Vancouver, Carwell Company, 1986.
- GALGANO, F. (coord.), *I contratti del commercio, dell'industria e del mercato finanziario*, tomo II, Torino, 1996.
- GARCÍA RUBIO, M. P., «Las condiciones generales en la contratación electrónica», *La Ley*, 2001-I, págs. 1693 y ss.
- GARCÍA-PITA Y LASTRES, J. A., «Compraventa mercantil y derecho de los consumidores», *C.D.C.*, n.º 14, sept. 1994, págs. 13 a 104.
- GAUTRAIS, V., *Le contrat électronique international*, 2.^a ed., Lovain-la-Neuve, Ed. Bruylant, 2002.
- LANG, J. T., «European Community Constitutional Law: The Division of Powers Between the community and Member States», *Northem Ireland Law Quarterly*, n.º 3, 1988, págs. 209-334.
- LAWRENCE STREET, L. y GRANT MARK, P., *Law of the Internet*, London, Lexis Publishing, 2001.
- LORENZETTI, R. L., *Comercio electrónico*, Buenos Aires, 2001.
- MATEU DE ROS, R. y otros, *Derecho de Internet*, Cizur Menor, Ed. Aranzadi, 2003.
- MINC, A., *La globalisation hereuse*, Paris, Ed. Plon, 1997.
- OLIVA BLÁZQUEZ, F., *Compraventa internacional de mercaderías (Ámbito de aplicación del Convenio de Viena de 1980)*, Valencia, Ed. Tirant lo Blanch, 2002.
- PINOCHET OLAVE, R., *Contratos electrónicos y defensa del consumidor*, Madrid/Barcelona, Ed. Marcial Pons, 2001.
- RECALDE CASTELLS, A., «Comercio y contratación electrónica», *Revista de Derecho e Informática*, n.º 30-32, 1999, págs. 39-87.
- REICH, N., *Internal market and diffuse interests*, Bruxelles, Ed. Story-Scientia, 1985.
- SÁNCHEZ ALMEIDA, C. y MAESTRE RODRÍGUEZ, J. A., *La Ley de Internet*, Barcelona, Ed. SERVI DOC, 2002.
- SMITH, G. J. H. (Bird & Bird), *E-commerce Regulation and Liability for Telcos*, Berlín, septiembre 1999.
- VAN CUTSEM, J. P.; VIGGRIA, A. y GÜTH, O., *E-Commerce in the World*, Bruxelles, Ed. Bruylant, 2003.
- VEGA VEGA, J. A., *Contratos electrónicos y protección de los consumidores*, Madrid, Ed. Reus, 2005.

- VELÁZQUEZ BAUTISTA, R., *Derecho de Tecnologías de la información y las comunicaciones*, Madrid, Ed. Colex, 2001.
- VIRGÓS SORIANO, M., *Lugar de celebración y ejecución en la contratación internacional*, Madrid, Ed. Tecnos, 1989.
- VIVANT, M., *Les contrats du commerce électronique*, Paris, 1999.
- WADDAMS, S. M., *The Law of Contracts*, 3.^a ed., Canada, Ed. Canada Law Books, 1993.
- WRIGHT, B., *The Law of Electronic commerce: Edi, Fax and E-Mail: Technology, Proof and Liability*, 2.^a ed., Boston/Toronto/London, Ed. EDI, Little, Brown and Co., 1995.
- ZUBIRI DE SALINAS, M., «La contratación electrónica como contratación a distancia», *Revista Aragonesa de Administración Pública*, n.º IV, 2001, págs. 193 a 235.